

ABSTRAK

Rangkaian proses dari program PCI ini meliputi tahap identifikasi masalah, analisis sumber masalah, dan pengajuan alternatif solusi bagi Pelita Jaya Soccer School pada bagian divisi *marketing*. Tujuan dari proyek perbaikan ini adalah MENINGKATKAN KESADARAN PENGUNJUNG WEBSITE DARI SEKOLAH PELITA JAYA. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh melalui keterlibatan penulis selama masa magang sebagai penanggung jawab sekaligus pelaksana kegiatan marketing khususnya pada website.

Dari empat masalah utama yang teridentifikasi, masalah utama yang dipilih adalah rendahnya jumlah pengunjung website Pelita Jaya Soccer School, yang menjadi fokus dari tujuan perbaikan ini. Metode yang digunakan oleh penulis untuk mengidentifikasi masalah adalah *fishbone diagram*. Sebagai landasan pendekatan konseptual, penulis menggunakan teori Ekuitas Merek Berbasis Konsumen dan teori hubungan marketing. Pada bagian pemilihan alternatif solusi, digunakan penilaian dengan pembobotan dari beberapa kriteria. Melalui rangkaian aplikasi teori tersebut maka solusi terbaik yang dipilih adalah menyediakan panduan khusus terhadap sumber daya manusia yang ada untuk pengendalian website.

Melalui aplikasi solusi terbaik dan rencana satu tahun ke depan yang dijalankan dengan disiplin, diproyeksikan program ini akan mampu mencapai target jangka panjang yang berdampak penambahan pengunjung website Pelita Jaya Soccer School.

ABSTRACT

Conjunction of process within this PCI Program includes problem identification stage, analysis of the source from identified problem, and submission of alternative solutions for Pelita Jaya Soccer School in Marketing Division. The purpose of the improvement project is to increase website awareness visitor of Pelita Jaya Soccer School. The method used in this research is the analysis of quantitative and qualitative data obtained through the involvement of the researcher during his internship as a person in charge as well as responsible for managing the marketing specially in website.

From the four major problems identified, the main problem selected is the low visitor of website Pelita Jaya Soccer School, therefore this is the focus of the improvement project. The theories used by the researcher to identify the problem are fishbone diagrams. As the foundation of the conceptual approach, the researcher uses the theories of *Customer Based Brand Equity* and expectancy and relationship marketing. At the screening process for alternative solution, method of weighing the alternatives applied from criterias given. Through the conjunction of applied theories, the best solution selected is provide the manual in website operation with the local staff of Pelita Jaya Soccer School.

Through the application of the best solution and plan for the upcoming year which expected to be run with full discipline, this program will be able to achieve long-term targets that have significant impact on the increasing website visitor.